Жетпісбай Бекболатұлы

ЖҰРТШЫЛЫҚПЕН БАЙЛАНЫС – БАҚ ИНФРАҚҰРЫЛЫМЫНЫҢ ҚҰРАМДАС БӨЛІГІ

Бұқаралық ақпарат құралдарының жиынтығын құрайтын баспасөздің, радио мен теледидардың қалыпты жұмысын ауқымды инфрақұрылым қамтамасыз етеді. Бұл инфрақұрылым баспасөз орталықтарынан, жұртшылықпен байланыс қызметтерінен, ақпарат және жарнама агенттіктерінен, ақпараттық техника кәсіпорындарынан тұрады.

Осы инфрақұрылымның маңызды буыны - жұртшылықпен байланыс арнайы қызметтік бөлімшелер арқылы жүзеге асырылып отырады. ТМД елдерінде бұл құрылымдар ұйымның үлкенді-кішілігіне, әлеуетіне қарай баспасөз қызметтері, жұртшылықпен байланыс департаменттері, басқармалары, бөлімдері деп аталады. Мекемелердің көпшілігінде әдетте жұртшылықпен байланысты баспасөз хатшысы; орындайды, ал арнайы штат қарастырылмаған жағдайда бұл міндетті атқару кадр бөлімінің қызметкеріне, болмаса менеджмент және маркетинг құрылымдарының мамандарына жүктеледі.

Баспасөз қызметінің негізгі міндеті коммуникативтік-интегративтік саясатты жүзеге асыру болып табылады. Жұртшылықпен байланыс саласында баспасөз қызметі аналитикалық-прогностикалық (тенденцияларды зерделеу, талдау мен болжау), ұйымдастырушылық-басқарушылық (ұйым мақсаттарының орындалуын қамтамасыз ету), ақпараттық (басшылықты ақпаратпен қамтамасыз ету), кеңесшілік-әдістемелік атқарымдарын орындайды. Зерттеушілердің пікірінше, бұл орайда басты атқарым коммуникативтік функция болып табылады. Коммуникативтік атқарымның кумулятивтік (ақпаратты жинақтау), аналитикалық (ақпаратты ой елегінен өткізу, талдау), трансляциялық (ақпаратты тарату, алмасу) сияқты түрлері бар.

Ресейдегі жұртшылықпен байланыс практикасын талдай отырып, белгілі ғалым В.Ф. Кузнецов /1/ мынадай атқарымдарды атап өтеді:

Зерттеушілік- жұртшылықтың түрлі топтарының мүдделерін айқындап, елеп-ескеріп отыру;

Аналитикалық – бағдарламалар мен жоспарлар түзу, бәсекелес корпорациялардың бағдарламаларын ұдайы сын тезінен өткізу;

Идеологиялық – жұртшылық топтарын ұйым қызметі туралы толыққанды хабардар ету, барлық насихаттық шараларды сындарлы түрде өткізу;

ұйымдастырушылық - жұртшылықпен байланыс элементтерінің барлығының үйлесімді байланысын жүзеге асыру, тікелей және көлденең байланыстарды жолға қою, сыртқы және ішкі факторларды ескере отырып, стратегия мен тактика мәселелерін шешу;

бақылаушылық – бағдарламалардың жүзеге асырылу барысын, көзделген мақсаттарға сәйкестігін ұдайы қадағадалап отыру.

Баспасөз қызметтері жүзеге асыратын міндеттер әрқилы. Коммуникациялық менеджмент мәселелерін зерттеген мәскеулік мамандар А.Бекетов пен Д.Игнатьев /2/ ұйым негізі болып табылатын элементтердің бірі ретінде құрылған жағдайда «баспасөз қызметі PR атқарымдарының барлығын орындайтындықтан, оны PR-департаменті ретінде қабылдауға болады» деп жазады. Ал, аталған құрылым-баспасөз қызметі «бұқаралық ақпарат құралдарымен өзара байланысты ұйымдастыруды көздесе, яғни компания туралы ақпаратты жеткізетін буын болып табылса, корпоративтік пиардың өзге бағыттарымен-бұқаралық шаралар ұйымдастырумен, аналитикамен, билікпен қарым-қатынаспен қатар тікелей өз ісімен айналысады». Сондай-ақ ғалымдар «компанияның жұртшылықпен байланысын мамандырылған PR фирмасы жүргізетін» жағдайға да тоқталып өтеді. Мұндай ахуал әдетте қандай да бір науқан кезінде орын алады да, басқа уақытта пиар жұмысы жүргізілмейді десе де болады.